

гда кто-то посещает сайт и ему не нравится то, что он видит, его первым шагом будет выйти с этого сайта. Также посетители могут рассказать другим о своем плохом опыте работы с сайтом какой-то компании, нанести ущерб репутации и снизить шансы на привлечение большего количества клиентов. Существует только один шанс сделать это правильно, поэтому компаниям необходимо настроиться на успех, и убедиться, что домашняя страница имеет отличный веб-дизайн. Сайт должен обладать хорошим информационным дизайном, а именно настройки информации о продукте или услуге, и дизайном навигации, который может помочь или препятствовать пользователям.

Советы по дизайну домашней страницы:

1. Необходимо рассказать посетителям сайта, что именно представляет бизнес. Логотип, слоган – элементы, которые должны присутствовать на сайте. Наиболее важный аспект хорошего дизайна заключается в эффективном информировании о предоставляемых товарах или услугах;

2. Дизайн должен соответствовать целевому рынку;

3. На сайте не должно быть слишком много рекламы, изображений, ссылок, которые все конкурируют за внимание посетителя;

4. Использование правильных призывов к действию, помогут стимулировать переходы по ссылкам и направлять посетителей по соответствующему пути;

5. Сайт добьется результатов, если он будет адаптивным, что позволит просматривать его с любого устройства.

Для оценки результатов не требуется проведение дополнительных исследований и опросов. Успех измеряется средствами веб-аналитики. Для того, чтобы сделать полноценный вывод по посещаемости сайта, нужно смотреть не только количество посещаемых страниц за определенный промежуток времени, но и анализировать проведенное количество времени на сайте или как далеко по страницам зашел пользователь, сколько процентов постоянных пользователей приходят на сайт и совершают покупки.

Постоянные клиенты, которые быстро выбирают один продукт или услугу одной компании, а не другой бренд или компанию для особых нужд, называются лояльными клиентами. Удовлетворенность удобством информации является важным фактором лояльности клиентов. На удобство информации на веб-сайте влияют три важных фактора: тип и разнообразие информации, имеющейся на веб-сайтах, дизайн и привлекательность веб-сайта и его персонализация на веб-сайте. Эти три фактора делают информацию на сайте удобной для клиентов и приводит компанию к успеху в электронной коммерции, сделав постоянных клиентов, а также оценивая клиентов, давая им возможность не тратить свое время на поиск в неправильных направлениях. Лояльность клиентов гарантирует будущие покупки у клиентов. Кроме того, когда увеличивается лояльность клиентов, это может помочь компаниям увеличить прибыль, используя лояльного клиента в качестве маркетингового агента, привлекая его или ее друга и семью к продукту или услуге компании.

Заключение. Простая разработка хорошего веб-сайта для любого бизнеса – это проверенный метод привлечения потребителей в компанию. В современном информационном обществе неотъемлемой частью бизнеса является корпоративный интернет-сайт. Он позволяет компаниям осуществлять деловые коммуникации, продвижение товаров и услуг, индивидуальную и внимательную работу с клиентами, а также проводить маркетинговые исследования. Существует множество факторов, которые могут повлиять на удобство информации на веб-сайте, и это удобство напрямую влияет на успех компаний в электронной торговле. Благодаря простому и понятному представлению информации клиенты могут иметь множество вариантов покупки услуг или товаров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коротков, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Коротков, Д.А. Жук. – Минск, 2011. –166 с.
2. Магер, Д.В. Корпоративный web-сайт как инструмент маркетинговых коммуникаций / Д.В. Магер // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании. –2012. – С. 434-435.
3. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ib.technopark.by/m12> . – Дата доступа: 13.05.2013

УДК 658.14

УПРАВЛЕНИЕ КРАТКОСРОЧНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Е.Ю. Малиновская, студент группы 10507114 ФММП БНТУ
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Л.В. Гринцевич*

Резюме - Экономические последствия для организации во многом зависят от эффективности использования всех элементов производства, особенно важнейшего из них – краткосрочных активов. Они играют важную роль в деятельности каждого предприятия.

Summary - The economic consequences for an organization largely depend on the efficient use of all elements of production, especially the most important of them - short-term assets. They play an important role in the activities of each enterprise.

Введение. Прежде всего, наличие краткосрочных активов (материальных запасов, денежных ресурсов, средств в расчетах) является обязательным условием начала и нормального функционирования производства и реализации продукции. Во-вторых, их количество, структура и показатели оборачиваемости тесно связаны с платежеспособностью компании. В-третьих, рациональное использование краткосрочных активов оказывает существенное влияние на финансовые результаты деятельности (уровень затрат, прибыль, рентабельность и т. д.).

Основная часть. Управление краткосрочными активами можно рассматривать как часть общей системы управления предприятием, которая ориентирована на использование формирования, движения и оборотных средств.

Главной задачей процесса управления краткосрочными активами предприятия остается постоянное увеличение эффективности всех его составных элементов, обеспечение непрерывности функционирования и высокой доходности предприятия. Основными элементами управления этими активами являются: их анализ, определение потребности в них и определение источников формирования, обеспечения контроля основных элементов оборотного капитала и необходимой ликвидности организации в нынешней ситуации [1].

Управление краткосрочными активами решает такие задачи как: нахождение оптимального уровня и структуры краткосрочных активов установление наилучших соотношений между источниками финансирования краткосрочных активов. Процесс управления краткосрочными активами предприятия включает несколько основных этапов. Первый из них состоит из анализа краткосрочных активов предшествующего периода. Основная задача этого анализа заключается в определении уровня обеспеченности организации данными видами активов и нахождение резервов увеличения их эффективности. По результатам анализов можно определить общий уровень эффективности управления оборотными активами на предприятии и основные направления его повышения в предстоящем периоде. Следующий этап – выбор политики формирования оборотного капитала организации. В настоящее время в финансовом менеджменте выделяют три основных подхода к политике формирования оборотного капитала: консервативный, агрессивный, умеренный.

Консервативная политика предусматривает высокий уровень инвестиций в оборотный капитал, создание резервов на случай непредвиденных ситуаций (перебоев в поставках, увеличении спроса потребителей, ухудшения условий производства продукции и т.д.). Умеренная политика заключается в стремлении сбалансировать риск и обеспечить полное удовлетворение производства всеми видами сырья и оптимальные страховые резервы на случай возникновения наиболее вероятных сбоях в производственном процессе. Основанная на компромиссе между доходностью и риском данная политика считается в менеджменте наиболее разумной. Агрессивная политика заключается в минимизации всех страховых резервов предприятия. Данный метод является наиболее рискованным. При таком подходе может обеспечиваться наиболее эффективное использование оборотного капитала при отсутствии каких-либо сбоях. Однако, при возникновении любого сбоя, предприятие может понести существенные потери в связи со снижением объема производства продукции [2]. Поэтому на предприятиях, которые используют большое количество оборотного капитала, необходимо разработать индивидуальную политику управления всеми видами оборотных активов (запасами и материалами, дебиторской задолженностью, денежными средствами) Оптимизация объемов краткосрочных активов.

Это улучшение должно обеспечивать требуемую пропорциональность эффективности краткосрочных активов и рисков предприятия, основываясь на принятой политике образования оборотного капитала. Оптимизация оборотных активов состоит из 3 основных стадий. На начальной стадии необходимо установить совокупность действий по формированию резервов, принимая во внимание результаты анализа краткосрочных активов в прошлом периоде, которые ориентированы на снижение длительности операционного, производственного и финансовых циклов. Далее с учетом выбранной политики, намеченного объема производства и реализации продукции, а также резервов, оптимизируется количество отдельных видов данных активов.

На заключительной стадии высчитывается суммарный объем оборотных активов для будущего периода как сумма всех видов краткосрочных активов на конец предыдущего периода. Оптимизация соотношения постоянной и переменной частей краткосрочных активов. В зависимости от специфики деятельности предприятия и производимой продукции потребность в тех или иных элементах краткосрочных активов может колебаться. Например, эти колебания могут быть вызваны сезонным изменением спроса на продукцию. Поэтому необходимо также определять данный циклический элемент в ходе управления краткосрочными активами. Эта составляющая может быть определена как разница между максимальным и минимальным количеством требуемых активов в течение года.

Обеспечение необходимой ликвидности краткосрочных активов. Несмотря на то, что все виды краткосрочных активов ликвидны, общий уровень их срочной ликвидности должен обеспечивать требуемый уровень платежеспособности компании по текущим финансовым обязательствам. Для этого необходимо принять во внимание объемы и график предстоящего платежного оборота, определить долю краткосрочных активов в виде наличных денег. Повышение рентабельности оборотных активов. При правильном использовании и распределении оборотных активов в деятельности организации, они должны обеспечи-

вать предприятию необходимый уровень доходности. Существуют такие виды оборотных активов, которые могут приносить организации прямой доход. К таким активам принадлежат краткосрочные финансовые вложения, которые приносят доход в виде дивидендов и процентов.

Важной составляющей политики управления краткосрочными активами является также непереносное использование временно свободного остатка денежных активов с целью создания портфеля краткосрочных финансовых вложений. Выбор форм и источников финансирования краткосрочных активов [3]. На данном этапе необходимо определить состав источников финансирования активов основываясь на принятых принципах финансирования оборотного капитала. Контроль за ходом управления краткосрочными активами в организации выполняется с помощью специальных финансовых документов и нормативов[4].

Заключение. Качество собранной информации, а также скорость обработки напрямую влияет на способность вовремя реагировать на изменения внешних (изменение ситуации на рынке, в стране) и внутренних факторов. Выбор поставщиков и потенциальных покупателей, стратегия развития предприятия, выбор политики формирования оборотных средств – все это основывается на полученной информации. В нынешней экономической ситуации невозможно принять оптимальное решение без учета конкретной ситуации и собранного материала. Всё это также относится ко всем видам краткосрочных активов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасева, И.М. Финансовый менеджмент / И.М. Карасева, М.А. Ревякина. – М.: Омега-Л, 2015. – 560 с.
2. Молокович, А. Д. Финансы и финансовый рынок: учеб. пособие / А. Д. Молокович, А. В. Егоров. — Минск : Издательство Гривцова, 2013. —198 с.
3. Пузанкевич, О.А. Финансы и финансовый менеджмент: учеб.-метод. пособие / О.А. Пузанкевич. - Минск: БГЭУ, 2013. – 246 с.
4. Русецкая, А. В. Управление источниками формирования оборотных средств предприятия / А. В. Русецкая // Управление корпоративными финансами. — 2014. — № 3. — С.4-5.

УДК 331.101

ЭРГОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ РАБОЧЕГО МЕСТА ОПЕРАТОРА ГРЕЙДЕРА

*Т.В. Мороз, студентка группы 10508115 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Л.В. Гринцевич*

Резюме – В статье рассмотрены эргономические особенности системы управления автогрейдером на основе мирового опыта проектирования аналогичных систем.

Summary - The article discusses the ergonomic features of the motor grader control system based on world experience in designing similar systems.

Введение. В 2019 году холдинг «АМКОДОР» планирует выпустить новую единицу спецтехники - автогрейдер АМКОДОР 165. На мировом рынке существует множество аналогов данного вида продукции. Поэтому, чтобы не уступать мировым конкурентам, конструкторам и дизайнерам холдинга необходима обдумать все нюансы новой модели техники. В техническом плане автогрейдеры всех конкурентов-производителей находятся примерно на одном уровне (выбывается лишь США), однако в аспектах дизайна есть куда стремиться, в частности, остро выступает проблема эргономики при проектировании места оператора.

Основная часть. Важность эргономических аспектов при проектировании рабочего места оператора грейдера отражена в проекте, который был осуществлен в Университете в Скевде в Швеции совместно с Volvo Construction Equipment. Исследование направлено на конструирование панели управления таким образом, чтобы новое поколение операторов грейдера смогли интуитивно взаимодействовать с ним. Проект начался с тщательного изучения функций автогрейдеров как единицы спецтехники во всем мире, а не как пример продукции Volvo.

Этот проект ориентирован на автогрейдеры, то есть на строительную технику, используемую в основном для выравнивания грунта в связи с дорожными работами. Конкретные грейдеры, выбранные для этого исследования, относятся к серии G Volvo, варьирующейся по весу и длине от 15,6 до 22,1 тонны и от 8,9 до 9,7 метра соответственно. Автогрейдеры также используются для других работ, таких как уборка снега [1].

Грейдеры этой серии имеют десять рычагов, с помощью которых, три инструмента (передний нож, основной нож и рыхлитель) управляются. Рычаги также контролируют наклон колес и сочленение грейдера. Использование этих рычагов для управления грейдером приводит к тому, что некоторые операторы с течением времени причиняют себе травму шеи, плеч и / или запястий. Этот проект призван улучшить условия работы оператора, т. е. разработать интуитивно понятный и физический контроль автогрейдера Volvo серии G, чтобы уменьшить эти травмы и обеспечить более комфортную и доступную рабочую среду.